

COMUNICATO STAMPA

Milano, 18 giugno 2024

Convegno Gipea “Creatività sostenibile: dare forma alle etichette del futuro”: due giorni di approfondimenti su sostenibilità e innovazione

Giovedì 13 e venerdì 14 giugno 2024, presso lo Starhotels President di Genova, si è tenuto l’annuale Congresso Gipea: due giornate di networking e aggiornamento professionale, con interventi che hanno permesso di approfondire gli scenari di mercato, gli andamenti economici e le prospettive future del settore grafico, cartotecnico e trasformatore, con un focus su due temi di grande importanza e attualità: la sostenibilità e l’innovazione tecnologica.

Il Congresso è stato preceduto dall’Assemblea privata dei Soci Trasformatori, durante la quale è stato eletto il nuovo Presidente, insieme al nuovo Direttivo, che guideranno il Gruppo per i prossimi 2 anni.

Il Congresso si è dunque aperto con i saluti del Presidente uscente Elisabetta Brambilla: “Il Gruppo Gipea è un luogo in cui confrontarsi, imparare dagli altri, apprendere nuovi strumenti da portare in azienda, ma anche in cui regalare un pezzetto della propria esperienza e del proprio tempo. Un posto dove conservare tutte queste cose e tenerle pronte all’uso per i momenti difficili”. Elisabetta Brambilla ha passato il testimone a Stefano Salvemini, eletto nuovo Presidente Gipea che, legandosi al quadro delineato dal Past President, ha affermato: “Incontrarsi, discutere, collaborare a tutti i livelli tra colleghi, aziende fornitrici, enti di istruzione e di formazione è la sola strada per affrontare un futuro sempre più complesso. Insieme possiamo farcela, insieme dobbiamo crescere”.

L’evento è proseguito con l’intervento di Marco Carpi, Area Sales Manager Italia di BOBST, che ha presentato le principali evoluzioni tecnologiche per le soluzioni offerte al comparto delle etichette, in ottica sempre più sostenibile, ed Enrico Barboglio, Direttore di Acimga, che ha presentato un focus sulla Roadmap verso Print4All | 27-30 MAY 2025, che prenderà il via con la Print4All Conference in programma il prossimo luglio.

La prima giornata di Congresso si è chiusa con un focus sul tema “Intelligenze artificiali generative e creatività”, a cura di Alessandro Garofalo, CEO & Founder di Garofalo & Idee Associate, che ha mostrato le potenzialità dell’AI nella creazione di piani marketing e campagne promozionali. “L’AI ha però anche dei limiti: non sopperisce ancora a caratteristiche come l’empatia e la comprensione delle emozioni. Lavorare con le intelligenze artificiali richiede la capacità di co-creare, sfruttando l’AI come partner di creatività”. La prima giornata si è poi conclusa con uno speciale momento di networking: la cena di gala nel suggestivo scenario dell’Acquario di Genova.

La seconda giornata si è invece aperta con lo scenario economico, tra vecchie e nuove incertezze, delineato da Carlo Stagnaro, Direttore Ricerche e Studi, Istituto Bruno Leoni. “Se guardiamo all’Europa, abbiamo un’aspettativa di crescita del PIL relativamente sostenuta, attorno all’1,5% al 2025: fatto che in un periodo complicato ci infonde moderato ottimismo. Ci sono però alcuni elementi di incertezza, dati dall’incastro dell’economia mondiale nel suo complesso, a partire dall’andamento del mercato dell’energia”.

Il Congresso è proseguito con un esempio concreto di percorso verso la sostenibilità di un’azienda fornitrice del settore, con l’intervento di Roberto Martínez Porta, VP Sales of Labels and Packaging Materials EMENA, Avery Dennison. Sulla sostenibilità sociale si sono invece concentrati Marco Costanzo, Head of Business Development di Ayming Italia, e Serena Scomparin, Sustainability Consultant di Ayming Italia, che hanno approfondito scenari, sfide e opportunità della parità di genere nello scenario italiano. “Secondo i dati del World Economic Forum, l’Italia è al 79° posto del Global Gender Gap Index 2023. Uno strumento che può aiutarci a scalare questa classifica è la UNI/PdR 125:2022, la certificazione di parità, che prevede l’analisi e il monitoraggio dei dati di genere nelle organizzazioni, con lo scopo di eliminare le attuali disparità, integrare il nuovo modello di parità di genere nella cultura aziendale” ha affermato Serena Scomparin.

Con Italo Vailati, Segretario Gipea e Vicedirettore Assografici, abbiamo potuto volgere lo sguardo agli ultimi aggiornamenti legislativi legati al PPWR e agli elementi chiave della normativa. “Dobbiamo tenere presente che è prevista una timeline molto lunga, che va fino al 2040, durante la quale è necessario che venga fatta chiarezza su molti aspetti ancora da definire”. Un focus, inoltre, è stato dedicato all’EUDR, il regolamento (UE) 2023/1515 relativo alla messa a disposizione sul mercato dell’Unione e all’esportazione dall’Unione di determinate materie prime e determinati prodotti associati alla deforestazione e al degrado forestale e che abroga il regolamento (UE) n. 995/2010, Timber Regulation. Altra importante novità è il rinvio della Plastic tax al 1° luglio 2026.

A seguire, Alberto Palaveri, Presidente Giflex, ha approfondito le sfide legate al PPWR, sottolineando il ruolo del comparto delle etichette nel percorso verso la sostenibilità e ha sottolineato l’importanza, per le associazioni, di essere proattive e comunicative col resto della filiera e con le istituzioni. “È necessario imparare a costruire una visione di comunicazione strategica, che ci permetta di prenderci il giusto spazio, di essere ascoltati e di vedere riconosciuto il valore di ciò che produciamo, in un mondo che oggi considera packaging ed etichette non per il loro valore chiave, ma solo per il loro fine vita”.

Il Congresso Gipea si è concluso con una tavola rotonda, moderata dal giornalista Aldo Bolognini Cobianchi, che ha coinvolto il neoeletto Presidente Gipea Stefano Salvemini e il Presidente Giflex Alberto Palaveri per una sintesi sui principali temi trattati.

Per informazioni: gipea@gipea.net